



مصاحبه و میزگرد

### اشاره

به منظور تبیین نقش مطبوعات در جامعه، فصلنامه رسانه اقدام به برپایی جلسه‌های گفت و شنودی با شرکت استادان و صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری و وسایل ارتباط جمعی کرده است. حاصل این بحثها در چند بخش باموضوعهای جداگانه تنظیم شده است. نخستین بخش که در شماره اول رسانه انتشار یافت، به گفتگو درباره مقایسه نقش مطبوعات در گذشته، حال و آینده در ایران اختصاص داشت. موضوع بحث این شماره، دانش ارتباطات، ارتباطات سنتی در ایران و نقش اصلی رسانه‌ها در ایران است. شرکت کنندگان، دکتر علی اسدی، دکتر کاظم معتمد نژاد، دکتر نعیم بدیعی و آقایان مهدی محسنیان راد و محمد مهدی فرقانی می‌باشند.

«رسانه»

فرقانی: اگر استادان حاضر در جلسه باشند، به بحث درباره «ضرورت پرداختن ارتباطات در ایران» بپردازیم، چرا که آنکه امکانات و وسایل ارتباطی، هستند، و حتی به لحاظ تکنولوژی ارتباط عقب نیستیم، اما نتوانسته‌ایم علم را وارد جامعه بکنیم.

اسدی: شناخت نقش مهم گروهی در فراگرد اجتماعی، اقتصادی در کل بستگی به این دارد که چه به نظام ارتباطی خود بکنیم. در واقع، شناخت علمی و دقیقی از عنصر طبیعت آنها و آثار گوناگونی که بر جای می‌گذارند، دست یابیم تا بتوانیم در جهت ارتقای سطح آگاهی مردم کنیم. طبیعی است که علم ارتباطات رشته مهمی از دانش امروز (دانش) شناختی از خود نظام ارتباطی، ارتباطات و هم شناختی از عملکرد این تاثیرش در جامعه به دست می‌دهد. گسترده‌ای است. از سوی دیگر نظام بسته نیست، نظامی است در کل مانند از حلقه‌های به هم پیوسته. بنابراین این قبیل که نظام ارتباطی ما چگونه ارتباطی جهان ارتباط دارد؟ شناخت نظام چیست؟ چگونه این نظام برجامه و سنتی اثر می‌گذارد؟ چگونه بر روی شهری اثر می‌گذارد؟ شبکه‌های ارتباطی صورت پیامها را منتقل می‌کنند؟ سیستم بازخورد (۱) که رسانه‌ها به و اثر خودشان را در جامعه به صورت دریافت می‌کنند تا بتوانند مسیر خود را دایم تصحیح کنند

همه مفهومی (خود کنترل) مسئله بازخورد فرهنگ ارتباطی

مطرح نشده است. در حالی که همگانی برخلاف رسانه‌های چهره به به باز خورد دارند. چون در نظام چهره بازخورد همواره جزئی از فراگرد است. ولی وقتی بین فرستنده و گیرنده نظر زمانی و مکانی فاصله ایجاد می‌شود، این ارتباط دو سویه برقرار مگر با کمک بازخورد. متأسفانه نتوانسته‌ایم مفهوم حلقه ارتباطات در نظام ارتباطات الکترونیک و مطبوعات

## نگاهی به روزنامه و روزنامه‌نگاری در ایران-۲

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

# ارتباطات و اطلاعات

در نشست با:

دکتر علی اسدی، دکتر کاظم معتمد نژاد، دکتر نعیم بدیعی  
مهدی محسنیان راد و مهدی فرقانی

قرار کنیم. به این دلیل، نظام ارتباط جمعی عمل نتوانسته خودش را بانایزهای جامعه بقیق بدهد. چون این نیازها، به طور دایم حال تغییرند. وقتی سیستم بازخورد وجود دارد، خلاء شناختی به وجود می آید پیامسازان نمی دانند برای چه کسانی می نویسند، می گویند یا پیام پخش می کنند. در پیچه سیستم ارتباطی ما به طور کلی نمی تواند چنان که باید، مؤثر باشد همیشه از عدم تأثیر روی جامعه شکوه و شکایت دارد. این موضوع مورد رادیو، تلویزیون و مطبوعات نیز صدق می کند. آنها هیچ کدام نمی توانند بدرستی با مخاطبان خود ارتباط دو سویه برقرار کنند مپای آنها حرکت کنند.

با وجود آنکه سخت افزار ارتباطات در جامعه تا حدود زیادی شکل گرفته، سیستمهای کروویو (سیستمهای مخابراتی با طول موج بلند) سیستمهای ارتباطات از راه دور به وجود آمده است، شبکههای رادیو-تلویزیونی پوشش گستردهای دارند و مطبوعات کسشور تکنولوژیهای به نسبت قابل قبولی دست ته اند، ولی متأسفانه کارآیی و اثر بخشی مانها کم است. زیرا ابزاری برای شناخت رگیها و نیازهای حال و آینده مخاطبان خود دارند و از آنجا که نمی توانند پیشگام باشند، فتار دنباله روی می شوند، در حالی که لبوعات نقش مهمی در شکل دادن آینده معه دارند. در واقع اینها دستگاههایی هستند باید نه تنها از فرهنگ نیازهای فعلی جامعه ثر باشند و به آن بسپر دازند، بلکه نههای آینده را در جامعه بشناسانند و هموار

کنند و جامعه را برای عصر پر تحولی که ما در پیش داریم، آماده کنند. متأسفانه چون هنوز به دانش ارتباطات مجهز نشده ایم، هنوز نمی توانیم ویژگیها و تواناییهای وسیعی که در نظام ارتباطی وجود دارد و نیز دگرگونیهای مطلوبی را که می تواند ذهنیت در جامعه ایجاد کند، بشناسیم. به این دلیل تصور می کنیم که شاید اولین گام برای شناخت مسایل پیچیده ارتباطات در جامعه، در مطبوعات و رادیو-تلویزیون یا در دیگر رسانهها این است که با دانش ارتباطات به عنوان یک دانش نوین و پیشرو و آینده ساز آشنا شویم. به این ترتیب می توانیم به کمک این دانش و به کمک پژوهشهای مداوم (که یکی از شیوههای ساختن و شکل دادن این دانش است) به شناخت جایگاه واقعی نظام ارتباطی در جامعه امروز برسیم. با پژوهش مداوم است که می توانیم دانش ارتباطات را در کشور خودمان غنیر کنیم، ویژگیهای خاص جامعه خودمان را از طریق روشهای این علم بیشتر بشناسیم و بتوانیم از تکنولوژی ارتباطات که روز بروز در حال گسترش است، در جهت توسعه فرهنگی جامعه استفاده کنیم. به این ترتیب، با بخش عظیمی از مسایل و تنگناها و مشکلاتی که امروز غیر قابل حل به نظر می رسد، اگر برخوردی جامع عمیق و علمی داشته باشیم، قابل حل می شود و در نهایت می توانیم از ظرفیتهای بسیار عظیمی که در نظام ارتباط جمعی هست، به نفع جامعه توسعه جـامعه استفاده کنیم. از این جهت به عقیده من یکی از گامهای اساسی که باید برای بازسازی نظام

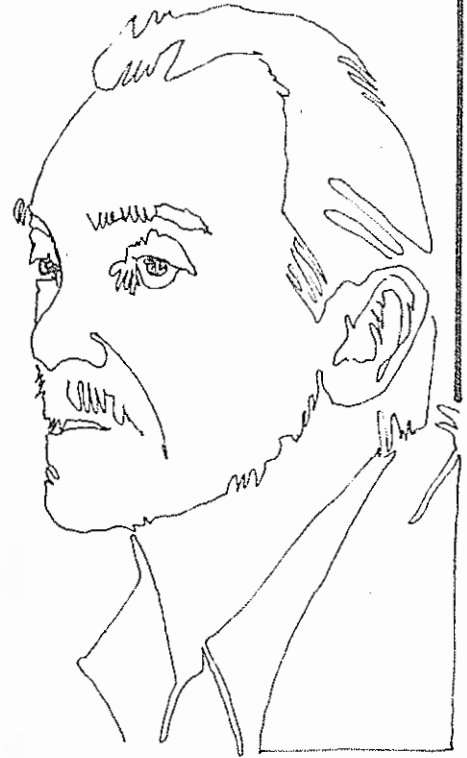
ارتباط جمعی برداشته شود، ارتقای سطح دانش ارتباطات در جامعه است. طبیعی است که این خود، نیاز به برنامه ریزی درازمدت دارد و نمی توانیم در مدت کوتاهی این علم را در جامعه رواج بدهیم. متأسفانه در برنامه پنج ساله به این مهم پرداخته نشده است. امروز به جرأت می توانیم بگوییم که جامعه امروز بر چهار پایه اصلی استوار شده است: اطلاعات<sup>۲</sup>، ارتباطات<sup>۳</sup>، سازمان<sup>۴</sup> و محاسبات<sup>۵</sup>. محاسبات در واقع همان نظام محاسباتی است که امروز در کامپیوتر تجسم پیدا کرده است.

در جهان امروز که تمام فراگردها در زمینه دانش، پژوهش، صنعت، فرهنگ، اقتصاد و استراتژی بر پایه این چهار اصل استوار است، هیچ استراتژی را نمی توان تدوین کرد و یا هیچ تحول اساسی در جامعه نمی توان به وجود آورد، مگر با ایجاد اطلاعات و ارتباط مؤثر و کارآ. در نتیجه امروز ارتباطات و اطلاعات به عنوان عنصر مهم شکل دهنده تمدن وارد عمل شده است و حوزه اثر آن، تمام فراگردهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را در بر می گیرد. مثلاً در نظام اقتصادی امروز

2. Information
3. Communication
4. Organization
5. Computation

نظام ارتباطی ما در عمل نتوانسته خودش را به صورت ارگانیک با حرکتهای دگرگونیها و نیازهای جامعه تطبیق دهد.

رقانی: ما هنوز ملزم هستیم که یک پیام را به کاملترین شکل منعکس کنیم، در حالی که این شکل انعکاس با طبیعت رسانه های ارتباط جمعی سازگاری ندارد.



اسدی:

● سیستم ارتباطی ما به طور کلی قادر نیست آنچنان که می‌تواند، مؤثر باشد و همیشه از عدم تأثیر بر روی جامعه شکوه و شکایت دارد.

● به جرأت می‌توانیم بگوییم که جامعه نویسن بر چهار پایه اصلی استوار شده است: اطلاعات، ارتباطات، سازمان و محاسبات.

می‌بینیم که نظام ارتباطی، نظام ارتباط از راه دور<sup>۶</sup> (ارتباطاتی از قبیل رادیو-تلویزیون، تلگراف و...) و نظام انفورماتیک، اساس سیستم بانکی را متحول می‌کند و اقتصاد را دگرگون می‌سازد. به همین دلیل است که مسئله ارتباطات و دانش ارتباطات محور دانش بشری قرار می‌گیرد. امروز حتی می‌بینیم که مسئله ارتباطات و اطلاعات به عرصه علم فیزیک پامی گذارد. این مسئله همچنین برای جوامعی که خواهان توسعه هستند، بسیار اهمیت دارد. امروز دیگر توسعه تنها به معنای توسعه ساخت‌افزایی نیست، بلکه در عین حال به معنای توسعه (مغزها) اطلاعات و ارتباطات نیز می‌باشد. جهان آینده، جهان ارتباطی و اطلاعاتی است. ما باید بتوانیم در آینده با این تحول عظیم و امکاناتی که نظام اطلاعاتی-ارتباطی در اختیار ما گذاشته است، به شکلی همه سویه و همه جانبه استفاده کنیم و این مستلزم مجهز شدن به دانش ارتباطات و اطلاعات است. متأسفانه هنوز پس از شصت هفتاد سال درگیر شدن با مسائل ارتباطی که حداقل دو-سه دهه به صورت خیلی گسترده بوده- به دانش ارتباطات توجه نمی‌شود. در حال حاضر ما صاحب ماکروویو هستیم. فاکسی مایل<sup>۷</sup> در کشور ما به راه افتاده است و به همین شکل تکنولوژیهای جدید، بتدریج وارد مملکت می‌شود. شاید از این جهت در بین رشته‌های دانشگاهی و علمی موجود، یکی از رشته‌های مهم، رشته ارتباطات است. مسئولان باید به این نکته توجه کنند که ما به شدت به این علم نیازمندیم. تمام اینها می‌توانند سرآغاز نگرش تازه‌ای به نظام ارتباطات و مطبوعات قرار بگیرند. ما باید ببینیم در جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم، بر اثر تحولات پیش آمده، مطبوعات دچار چه دگرگونی‌هایی می‌شوند. چگونه نقشهای پیشین خود را کنار می‌گذارند و نقشهای تازه‌ای به عهده می‌گیرند، و چگونه این مجموعه می‌تواند در یک نظام ارتباط جمعی گسترده‌تری ادغام شود، چنانچه امروز ماوارها انقلاب عظیمی در مطبوعات به وجود آورده‌اند. در نتیجه ضرورت دارد که ما ضمن اینکه به مسایل روز مطبوعات می‌پردازیم، به مسئله ارتباطات هم بپردازیم و خودمان را برای تحولات آینده آماده کنیم. ولی متأسفانه ما هنوز شناختی کافی از مطبوعات و نظام ارتباطی خود نداریم. در اینجا این مسئله مطرح خواهد شد که رابطه دانش ارتباطات و فرهنگ ملت‌های مختلف چه شکلی پیدا خواهد کرد. آیا دانش ارتباطات باید خود را بر ویژگی‌های فرهنگ ملت‌های مختلف منطبق کند؟

دانش یک دستاورد جهانی است و دستاوردهای آن باید در اختیار همه قرار گیرد، منتها کاربرد آن در جوامع مختلف یکسان نیست. مثلاً مشکلات بزرگی که صنعت ما امروز با آن مواجه است، این است که نتوانسته تکنولوژی را بومی و جذب کند. برخوردی که

زاینی‌ها دارند، عکس برخورد ماست. آنها از اول شروع کرده‌اند به معرفی کردن تکنولوژی و جذب تکنولوژی، اما ما ابتدا به طرف مصرف تکنولوژی رفیقیم. ارتباط هم نوعی تکنولوژی است. وسایل ارتباطی مانند تلویزیون و تلفن و ماهواره، هم از جهت ساخت‌افزایی و هم به جهت نرم‌افزاری به عنوان تکنولوژی مطرح می‌شود، منتها این تکنولوژی جهانی باید بومی بشود. در واقع این وظیفه مراکز پژوهش است که فراگرد انطباق آن را تسهیل کنند. هر جامعه‌ای به دلیل تفاوتش با جوامع دیگر نیاز دارد برخوردی خاص با رسانه‌ها داشته باشد. مثلاً وسایل نقلیه‌ای که ما استفاده می‌کنیم، در همه دنیا یکسان است، ولی رانندگی متفاوت است. این است که هر نوع تکنولوژیی مانند تکنولوژی ارتباطات (اصولاً هر نوع علم) احتیاج به یک فراگرد بومی شدن و جذب دارد و این جامعه است که با ایجاد مراکز تحقیقاتی این فراگرد را تسهیل و تسریع می‌کند. اگر مسئولان به نقش و اهمیت دانش ارتباطات نرسیده باشند، به ضرورت‌های کاربرد صحیح آن نرسیده باشند، چطور می‌توان این دانش را وارد جامعه کرد؟

این دور باطل را می‌شود از یک جایی قطع کرد. معمولاً دور باطل از روی آگاهی قطع می‌شود. ما از طریق تحول در نظام می‌توانیم آن دور باطل را قطع کنیم و این کاری است که معمولاً دانشگاهها انجام می‌دهند. دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی مثل نیروگاههای ذهنی و فکری جامعه هستند که باید از نظر فکری جامعه را تغذیه بکنند و طبیعی است که ابزار تغذیه این مراکز همان نظام ارتباط جمعی است که می‌تواند جامعه را تغذیه کند.

محسنیان را: من فکر می‌کنم اول باید به ذهنیت مشترکی درباره ارتباطات برسیم. آقای دکتر اسدی شکوه می‌کنند که به دانش ارتباطات پرداخته نشده است. اما باید نرم‌افزار و سخت‌افزار را از یکدیگر جدا کرد. در اینجا صحبت از بخش نرم‌افزار ارتباطات است. بنابراین وقتی این سؤال مطرح می‌شود که آیا باید این دانش را به ایران بیاوریم، لازم می‌شود که درباره دانش ارتباطات بیشتر بحث شود می‌خواهم این را کمی باز کنم، ما وقتی به دانش ارتباطات نظر داریم، می‌بینیم که گفته می‌شود که ارتباط یک فراگرد است. هر گاه بخواهیم فراگرد را تحلیل کنیم، می‌بینیم که هر چیزی که فراگرد باشد، خصایصی دارد. مثلاً پویاست و ایستاست، نقطه شروع و پایان ندارد. این خصایص ایران و خارج از ایران ندارد تا اینجا بحثی نیست. اما بعد وقتی که می‌گوییم عناصر فراگرد ارتباط دارای کنش متقابل است، یعنی از همدیگر تأثیر می‌گیرند و برهم تأثیر می‌گذارند، خصایص اجتماعی و فرهنگی جامعه ما نمود پیدا می‌کند و در مورد گفته آقای دکت اسدی که می‌گویند به این دانش در ایران



محسنیان راد:

● در حال حاضر، ما مشکل سخت‌افزاری را در ارتباطات نداریم. من فکر می‌کنم این ناشی از دلارهای مفت نفتی بوده که در مقطعی به دست می‌آمد.

● باید براساس تئوریهای ارتباطات و پیشینه‌های فرهنگی شرایط موجود مطالعه شوند.

پرداخته نشده، من تصور می‌کنم که طبیعی است که بخشی از این دانش به صورت کتاب و یا به شکل‌های دیگر وارد ایران بشود. ولی در حقیقت ما نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که مقام‌های مسئول حوزه وسایل ارتباط جمعی، توان، فرصت و حوصله داشته باشند که به این مجموعه دانش برسند. پس راهش چیست؟ من فکر می‌کنم راهش این است که پشتوانای قوی از دانش ارتباطات داشته باشیم. حالا این پشتوانه را چه کسانی باید داشته باشند، علما یا نظریه پردازان؟ در هر صورت باید کسانی باشند که در این زمینه کار کنند. پس از آن با تکیه به چنین پشتوانه‌ای بپردازیم به مطالعه و بررسی آن تعداد عناصری که در فراگرد ارتباط نقش‌های حساسی ایفا می‌کنند، مثلاً همین باز خورد. به نظر من، باز خورد وقتی انجام می‌شود که پس فرست فرستاده شود و به موقع و کامل دریافت شود. سپس این پس فرست، متغیر و ارزیابی و تجزیه و تحلیل شود و سرانجام در ادامه ارسال پیام تاثیر بگذارد. وقتی همه این اتفاقات افتاد، آن وقت می‌شود گفت باز خورد روی داده است. در غیر این صورت، کار نیمه تمام است. مثلاً پس فرست دریافت شده و از این قبیل. حالا می‌بینیم خیلی از موارد، در ارتباط جمعی اصلاً پس فرستی دریافت نمی‌شود و یا حتی مواعینی نیز برای دریافت پس فرست وجود دارد، چه برسد به آنکه به مرحله باز خورد کامل برسد. ببینید وارد تئوریهای نرم افزار دانش ارتباطات شدیم. حالا اگر بخواهیم از زاویه این تئوریها روی وسایل ارتباط جمعی ایرانی مطالعه کنیم ممکن است که با این قضیه روبرو شویم که اصلاً صاحبان وسایل ارتباط جمعی ایران بیشتر تمایل به ایفای نقش رسانه را داشته باشند نه وسیله ارتباطی، یعنی ارسال پس فرست و دریافت پس فرست و تجزیه و تحلیل پس فرست و تاثیر این تجزیه و تحلیل در ادامه فراگرد ارتباط اصلاً برایشان اهمیتی نداشته باشد. اگر چنین باشد، کار ما آب درهاون کوبیدن است.

وقتی بحث می‌کنیم که باید در ایران نظام ارتباطی روشن باشد، یعنی چه؟ این سؤال برمی‌گردد به همان تئوریهای دانش ارتباطات. اگر در این نظام فرض صحبت این باشد که مردم فقط گیرنده پیام باشند و وسایل ارتباط جمعی نیز کاملاً زیر کنترل یا حد خیلی تند آن سانسور مطلق باشند، دیگر قضیه از محور ویژگی مشتری‌کهای فراگردی کاملاً خارج می‌شود، اصلاً خصایص ارتباط از این چنین نظامی گرفته می‌شود. اما اگر بگوییم مسئله رسانه دروسایل ارتباط جمعی بساطل است و آنها واقعاً وسایل ارتباط جمعی هستند و خصایص فراگرد در آنها باید صدق کند مواجه با سؤالات بی‌شماری می‌شویم که نیاز به تحقیق دارد. این تحقیق باید روشن کند برای درمان، چه باید بکنیم. مطالعات و تحقیقات چندساله اخیر به من نشان داده که در قضیه ارتباط جمعی دارای وضعیتی خاص و استثنایی هستیم.

در مطالعه این وضعیت نیز نباید پیشینه قضیه را رها کنیم. وقتی پیشینه فرهنگ ارتباطات جامعه خودمان را از دوران خیلی قبل بررسی می‌کنیم، موارد جالبی می‌بینیم. مثلاً در سفرنامه کلاویخو (که در زمان تیمور به ایران آمده بود) می‌بینیم در زمان تیمور در ایران هیچ قانونی به این دقت و به این شدت اجرا نمی‌شد، مگر این قانون که هرگاه پیک تیمور از این سرزمین وسیع عبور می‌کرد، اگر به اسب کسی - هر کسی حتی شاهزادگان - نیاز داشت باید بدون هیچ‌گونه توقعی آن اسب در اختیار پیک گذاشته می‌شد، در غیر این صورت، صاحب اسب را می‌زدند. جامعه، دارای یک چنین پیشینه‌ای برای انتقال پیام است و چنین ارزشی برای پیام قابل بوده است. اینها همه در ماجرای فراگرد ارتباط جمعی امروز ما دخالت دارد. حال باید براساس آن تئوریهای ارتباطات و این پیشینه‌های فرهنگی شرایط موجود مطالعه بشود. اما در مورد سخت‌افزاری، در حال حاضر ما مشکل سخت‌افزاری را در ارتباطات نداریم. من فکر می‌کنم این ناشی از دلارهای مفت نفتی بوده که در یک مقطعی به دست می‌آمد. (حالا یک کمی مسئله بحران کاغذ را داریم یا برعکس گذشته که گیرنده‌های تلویزیون را با رقابت می‌فروخته، عرضه کمتر از تقاضا داریم.) از کجا معلوم ما با این وضعیتی که داریم پیش می‌رویم ۱۵ سال دیگر، یک بحران سخت افزار نداشته باشیم؟ بنابر این به گفته آقای دکتر اسدی در آستانه رفتن به طرف قرن بیست و یکم و توجه به ارتباطات، باید بروی این مسائل مطالعه بشود. اینها دیگر از طریق بحث و گفتگو ممکن نیست. چون گیر می‌کند، گره می‌خورد.

اسدی: به نظر من هیچ علمی در جامعه شکل نمی‌گیرد، مگر اینکه نهادی شده باشد. مسئله نهادی کردن و سازمان دادن به اندازه خود اطلاعات مهم است. در نتیجه معتقدم این پژوهشها هم موقعی می‌توانند کارساز باشند که به صورت نهاد در بیایند. پژوهش مقطعی چیزی به ما نخواهد داد. پژوهش باید به عنوان یک حرکت مداوم فکری جامعه برای درگیر شدن با مسائلی که جامعه با آن مواجه است و برای حل این مسائل دنبال شود. اما تا به حال به مسئله پژوهش توجه کافی نشده و اهمیت آن باندازه کافی شناخته نشده است. ما هنوز با علم برخورد تجربی نکردیم. یعنی هنوز نگرش علمی، روح علمی تجربی آن در جامعه وارد نشده است و تنگناهای تحقیقات هم همین است. نباید تصور کنیم که این بحثها و تحقیقات پراکنده انجام بشوند. این تحقیقات و بحث و گفتگوها باید فراگیر بشوند تا به نگرشها و روشهایی که جامعه نیاز دارد تبدیل شوند. در نتیجه هراندازه برای تحقیقات هزینه شود، به همان میزان توانایی جامعه برای حل مشکلاتش بیشتر می‌شود. ولی وجود نهادها، سازمانها و تشکیلاتی که بتواند این مجموعه‌ها را به هم پیوند بدهد، به نظر من ضروری است. ما به رشته ارتباطات در دانشگاهها نیاز داریم تا

## مهدی فرقانی

بتوانیم با نگرش علمی به ارتباطات آشنا شویم. این بهترین گامی است که در جهت حل مشکلات ارتباطاتی بر می‌داریم، ولی چون ارتباطات یک فراگرد پویا و دایمی است، در نتیجه ضرورت شکل دادن به سازمانها و نهادهای علمی و بعد اتصال اینها به مراکز پخش و توزیع خبر مثل مطبوعات، رادیو و تلویزیون و دیگر سیستمهای ارتباطی، کاری اساسی است که باید انجام گیرد.

**فرقانی:** من فکر می‌کنم مسایل و مشکلاتی که در حال حاضر نظام ارتباطی ما با آن روبرو است، برخاسته از یک سری ریشه‌های تاریخی است. قبل از اینکه مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی به این معنا داشته باشیم، یک نظام ارتباطات - سنتی داشتیم که اتفاقاً خیلی هم قوی عمل می‌کرد. این نظام بعد از ورود اسلام به ایران، در قالب مجالس روضه‌خوانی در حسینیه‌ها، هیئتهای عزاداری و اشکال مختلف دیگر خود را نشان داد. مسجدها و گردهماییهایی که در این مسجدها به مناسبتهای مختلف صورت می‌گرفته، نمازهای جماعتی که روزی سه بار حداقل در مسجدها برگزار می‌شده، در مجموع یک سیستم ارتباطات سنتی نسبتاً قوی به وجود می‌آورده که در زمان و در شرایط خودش بسیار رسایی و کارایی داشته و شاید قویتر از خیلی از سیستمهای ارتباطی که در کشورهای دیگر بوده، عمل می‌کرده است. مشکل ما شاید یک مقدار از اینجا ناشی می‌شود که وقتی دارای وسایل ارتباطات جمعی می‌شویم - اول روزنامه و در نیم قرن اخیر رادیو و تلویزیون - همان الگوهای ارتباطی سنتی را به این دستگاهها منتقل کردیم. یعنی امروز در واقع وسایل ارتباط جمعی ما وسیله‌ای هستند برای انتقال پیامهایی که خاص سیستم ارتباطات سنتی بوده‌اند. نظام ارتباطی، جوشیده از طبیعت خودشان، ذات خودشان، فطرت خودشان، و نیازهایی است که جامعه دارد.

در حال حاضر ما با این مشکل روبرو هستیم که مطبوعات و رادیو و تلویزیون ما، کاملاً منعکس‌کننده این سیستم ارتباطات سنتی هستند که در جامعه وجود دارد. به این ترتیب فقط یک امکان تازه در اختیار آن سیستم ارتباطی قرار گرفته که بتواند پیامهایش را در سطح خیلی وسیعتری منعکس و منتقل کند. این باعث شده که ما - حتی دولتمردان - ضرورت گرایش علمی به زمینه ارتباطات را خیلی احساس نکنیم. یعنی به بیان دیگر، هر کس خودش را صاحب‌نظر و صاحب‌رای می‌داند. بخصوص که خود ارتباطات در ماهیت، نظامی است که به هر حال، هر کس در آن تجربه‌ای دارد. بنابراین، هر کس خودش را صاحب‌نظر، صاحب رای و تعیین‌کننده سیاست، خط‌مشی و استراتژی برای نظام سیستم ارتباطی می‌داند. همان‌طور که شما فرمودید، الان مشکل عمده ما شاید این باشد که اصلاً این نیاز احساس نشده است. رادیو و تلویزیون و روزنامه مطلوبی



معتمد نژاد:

● ما باید نقش انتقادگری وسایل ارتباط جمعی خودمان را توسعه دهیم تا بتدریج زمینه بهتری برای رشد مطلوب این وسایل و بخصوص مطبوعات به وجود آید.

فرقانی:

● وسایل ارتباط جمعی ما در واقع بلندگویی شده‌اند که فقط امکان پخش و اشاعه پیامها را در سطح خیلی وسیعتری فراهم کرده‌اند.

نقش بیشتر تقویت شده است. یک نقش رهبری برای وسایل ارتباط جمعی قایل شده‌ایم. اینکه آنها باید به مردم، به مخاطبانشان بگویند که چگونه فکر کنند، چگونه کار کنند، از چه چیزهایی مطلع بشوند و از چه چیزهایی نشوند. مثلاً بسیاری اوقات ما خبر را نمی‌گوییم، اما تحلیل را در مورد آن خبر به خواننده می‌دهیم. خواننده از اصل خبر اطلاع ندارد و بعد تحلیل را می‌خواند. این ناشی از نگرشهای تنگ و بسته و محدود و غیرعلمی نسبت به طبعیت و وسایل ارتباط جمعی و نظام ارتباطات است.

باید یک دیدگاه علمی پیدا شود، باید این ضرورت پذیرفته شود که به ارتباطات به صورت یک علم، علمی پیشرو، علمی که محور و مرکز نقل بسیاری از استراتژیها و تصمیم‌گیریها و برنامه‌هاست، اهمیت و بهای لازم را بدهند. این طور نباشد که هر کس که سخنرانی کرده، مقاله یا مطلبی نوشته، مدعی شود که من می‌توانم یک ارتباط گر و یک روزنامه‌نگار خوب باشم و به عنوان یک عنصر ارتباطی در خدمت رادیو و تلویزیون باشم. این نگرش در حال حاضر از بالاترین سطوح دولتمردان ما تا افراد خیلی عادی و معمولی جامعه وجود دارد. حتی در دانشگاهها از ما سؤال می‌شود که آقا مگر مثلاً گزارش نویسی همان انشا نویسی نیست؟ یعنی این سنت از مدرسه‌ها دارد به وسایل ارتباط جمعی منتقل می‌شود. من معتقدم که نظام ارتباطات ما چیزی نیست که در دانشگاه شکل بگیرد. باید از سطوح خیلی پایین آموزشی حتی از دوره‌های ابتدایی و بخصوص از متوسطه زیربنایش ریخته شود. آشناییهای اولیه داده شود. بعد در دانشگاه تئوریزه و علمی بشود و در سطوح بسالتر روی آن کار شود. در حال حاضر دانشجوی ما حتی در رشته ارتباطات، رشته روزنامه‌نگاری، نگاهش به این رشته این است که باید بتواند خوب انشا بنویسد، خوب لفاظی کند و خوب حرف بزند. در حالی که چنین فردی قادر نیست حتی با

اریم که بتواند به کاملترین شکل در اختیار آن تمام ارتباطات سنتی باشد. یعنی ما هنوز ملزم هستیم که یک پیام را از یک شخصیت و یا یک سخنرانی را به کاملترین شکل منعکس کنیم، در حالی که این شکل انعکاس، با طبیعت رسانه‌های ارتباط جمعی سازگاری ندارد.

پیام در واقع، باید برای یک وسیله ارتباطی اخته و تولید شود، هر کس که می‌خواهد از آن وسایل استفاده کند باید علم، شناخت و گاهی از طبیعت و مقتضای وسایل ارتباط جمعی داشته باشد و متناسب با آن، هماهنگی را تنظیم کند. در حال حاضر به صورت معکوس عمل می‌شود. این وسایل ارتباط جمعی ما هستند که باید خودشان را با نوع پیامها تطبیق دهند، نه اینکه پیامها طبیعت رسانه‌های ارتباطی منطبق شوند. این است که وسایل ارتباط جمعی ما در واقع یک نوع تندگو شده‌اند. بلندگویی که فقط امکان پخش اشاعه پیامها را در سطح خیلی وسیعتری فراهم کرده‌اند. همان طور که گفتم، اگر ماه محرم است، ما مراسم عزاداری که خاص تلویزیون است، نداریم. بیشتر این تلویزیون است که می‌رود و پیامها را می‌گیرد و می‌آورد. پیام‌سازی می‌شود. وسایل ارتباط جمعی مسأله تغذیه نمی‌شوند، خوراک برای آنها تهیه نمی‌شود و طبیعتی این طور است، ما می‌بینیم - بویژه در ایران انقلاب و بعد از انقلاب - بسیاری از کسانی که دست‌اندر کار وسایل ارتباط جمعی ما شدند، در برابر این استدلال که این کار، یک کار علمی است و نیاز به تخصص و تجربه دارد، نرسیده به تمسخر می‌گرفتند و معتقد بودند که هر کس قلمی به دست گیرد، هر کس که بتواند خوب بنویسد، یک ارتباط گر خوب هم می‌تواند باشد. نتیجه این است که می‌بینیم روز بروز فاصله مردم از وسایل ارتباط جمعی بیشتر می‌شود. باید خیلی از مخاطبان ما بی‌سازمانی می‌توانند - تجربه و تحلیل کنند که چرا، ولی می‌دانند که این وسیله برای آنها جاذبه‌های ندارد و این روزنامه چنگی به دل نمی‌زند. پیامش تکراری است. رادیو و تلویزیون هم همین طور، برنامه‌های ندارد که بتواند او را جذب کند و نگه دارد و همین باعث می‌شود که مخاطب به سوی رادیوهای بیگانه رود. چرا؟ برای اینکه آنها شخصیت، نیازها حتی روان‌شناسی مخاطب ما را بهتر از خود ما شناخته‌اند و می‌دانند که چگونه بسا او را بخورد کنند و چگونه پیامها را بدهند که بیشترین تأثیر را بگذارد. ما پیامان را می‌دهیم کمترین تأثیر. به این دلیل که رسانه‌های ما رسانه‌هایی یکطرفه بوده‌اند. یعنی رسانه بوده، فقط پیام داده‌اند. برایشان مهم نبوده که این پیام چقدر تأثیر گذار بوده است. واکنش و پاسخ‌های عمل و قضاوت در مقابلش چه بوده است. به بعد متناسب با آن واکنشها، خواستها و نیازها، خودش را تنظیم کرده و با آنها وفق دهند. همیشه نقش یکطرفه و پیام‌رسانی را ایفا کرده‌اند و می‌توانیم بگوییم که در دهه اخیر این

همسایه‌های دور و بر خودش ارتباط برقرار کند. بنابراین هرگز نخواهد توانست یک ارتباط گر خوب باشد. من معتقدم پی‌ریزی نظام علمی اگر از سطوح آموزش ابتدایی و متوسطه شروع شود و به سطوح دانشگاهی برسد، آن وقت می‌تواند در جامعه ریشه کند. در غیر این صورت، اگر صرفاً در سطح عالی به آن بپردازیم، آنچنان راهگشا نخواهد بود.

**معتد نژاد:** امروز قرار بود در باره نقش مطبوعات در جامعه کنونی ایران صحبت کنیم. مطالبی که آقای دکتر اسدی گفتند، خیلی اساسی و حیاتی بود. من فکر می‌کنم که با استفاده از بیانات دکتر اسدی اگر برگردیم به این مسئله اساسی که مورد نظر ما بوده با توجه به این چهار پایه‌ای که آقای دکتر اسدی یادآوری کردند، نتیجه می‌گیریم که سه پایه از این بنا ارتباطات است. ارتباطات، اطلاعات، محاسبات و... بر مبنای ارتباطات و اطلاعات است. عنصر چهارم مدیریت است. اینجاست که همه مسئولیتها را می‌شود متوجه مدیریت کرد، جامعه‌ای که سه پایه‌اش ارتباطات است، مدیریت مسئولیت دارد که سه پایه آن توجه کند. تاکنون این توجه از سوی مسئولان نبوده و همیشه از وسایل ارتباطی استفاده نادرست شده است. در دوره هفتادسال پیش از مشروطیت، و دوره‌های بعد ما صاحب مطبوعات بودیم. وسایل ارتباط جمعی تا زمان پیروزی انقلاب متأسفانه در خدمت قدرت حاکم بودند. در واقع وسایل ارتباطی ضداً ارتباط بودند. در مقابل مردم بودند، علیه مردم به کار گرفته شدند. به همین جهت ارتباطات سنتی مسأله جاذبه‌های خودشان را حفظ کردند و در کنار مردم ماندند. در جریان انقلاب اسلامی بهره‌برداری زیادی از ارتباطات سنتی شد. چون ارتباطات سنتی با مردم بودند، در حالی که وسایل ارتباط جمعی جدید وسایل ضداً ارتباطی و وسایل تبلیغاتی بودند. خواهی نخواهی این سابقه طولانی در جامعه تأثیر گذاشته و مدیریت







بدیعی:

● یکی از وظایفی که رسانه‌ها به عهده دارند، این است که بتوانند واقعیت‌های سیاسی، اجتماعی را به درستی به تصویر بکشند.

جدید جامعه هم بی آنکه خودشان بخواهند، آثار تاریخی گذشته را حفظ کرده‌اند. به همین جهت، وقتی مسئولان مملکتی در برابر سه پایه ارتباطی جامعه در زندگی متمدن امروز قرار می‌گیرند، باید فکری بکنند. این جامعه جدید و انقلابی از مسئولان انتظار دارد که در این باره بیندیشند. در حالی که همه امکانات تکنولوژی ارتباطات در اختیار آنهاست و آنها اغلب می‌دانند که برای تهیه پیام و پیام‌رسانی و برگشت پاسخ‌های گوناگون در مورد پیامها نیاز به متخصص دارند. به ناچار باید راه‌حلی پیدا کنند که نیروی انسانی متخصص برای مدیریت‌های در سطح پایینتر، بتدریج فراهم شود. این توجه متأسفانه نیست و به همین جهت اینجا باید این انتظار را از مسئولان مملکتی داشته باشیم که هر چه زودتر فکری اساسی بکنند. چون تمام امکانات تکنولوژی ارتباطی کنونی ما متأسفانه نه تنها به سود ما مورد بهره‌برداری قرار نمی‌گیرد، بلکه علیه ما - در سطح داخلی - به کار گرفته می‌شود. در سطح داخلی، ما طوری از امکانات ارتباطی استفاده می‌کنیم که مردم به مشارکت در امور عمومی رغبت نمی‌کنند. ما در طول زمان آنقدر شعار داده‌ایم، آنقدر تبلیغ کرده‌ایم که مردم دل‌سرد شده‌اند. برای آنکه مشارکت عمومی را بتوانیم داشته باشیم، سازماندهی اجتماعی ایجاد کنیم و از همه نیروهای مملکتی برای آن نوساختن، توسعه و ترقی بهره‌برداری کنیم، باید برای مدیریت ارتباطات ما و تأمین نیروی انسانی آن فکری بشود. برای این منظور، طی مراحل گوناگونی می‌توانیم فضای مساعدی برای عملکرد وسایل ارتباطی خودمان فراهم کنیم. آزادیها را توسعه دهیم، حاکمیت قانون را برای آزادیهای وسایل ارتباط جمعی تحکیم کنیم و همچنین کسانی که حرفه‌های ارتباطی دارند، نسبت به کارشان دلگرمتر کنیم تا بتوانیم نتایج بهتری بگیریم. ولی تا وقتی که ما بخواهیم به این هدفهای دیررس برسیم، باید راه‌حلهای موقت را طرح کنیم. به همین جهت می‌توانیم از وزارت ارشاد انتظار داشته باشیم که به طور سریع، سمیناری تشکیل بدهد. مسئولان بالای مملکت، وزرا، مخصوصاً مسئولان وسایل ارتباط جمعی مهم، متخصصان دانشگاهی، مدیران وسایل ارتباط جمعی، مطبوعات، خبرگزاری، رادیو و تلویزیون دور هم جمع شوند و مسایل را باهم در میان بگذارند. نتیجه نیز در مطبوعات و رادیو و تلویزیون منعکس بشود تا مردم هم توجه پیدا بکنند و این بی‌اعتنایی که نسبت به ارتباطات جمعی به معنای اخص کلمه وجود دارد، از بین برود. در حالی که تکنولوژی ارتباطات خوشبختانه با استفاده از امکانات مالی که در گذشته وجود داشته، پیشرفت کرده، ارتباطات جمعی مورد بی‌مهری قرار گرفته است. شاید چنین سمیناری بتواند برای فعالیتهای آینده راهگشا باشد. هم مسئولان مملکتی و هم گردانندگان نسبت به عملکرد نادرست وسایل ارتباط جمعی ما مسئولند.

بنابراین باید ضمن اینکه این سمینار را تشکیل می‌دهیم، تصمیمهای موقتی هم بگیریم. حال اگر ما از مطبوعات شروع کنیم، می‌بینیم آگهیهای فراوان مطبوعات در صفحه‌های اول به داشتن یک فضای مساعد رشد وسایل ارتباط جمعی لطمه می‌زند. این آگهیها، ظاهر سازیها را توسعه می‌دهد. در نتیجه به یک نظام انقلابی مرفقی که تمام دنیا متوجه آن است، لطمه می‌زند. ما اول خودمان را از داخل باید اصلاح کنیم تا بتوانیم در تبلیغات جهانی هم تأثیر بگذاریم. این اصلاحها اگر به عمل بیاید، مطبوعات در مضیقه مالی قرار خواهند گرفت.

بسیاری از مضیقه مالی، دولت باید به مطبوعات کمک کند. این یکی از نخستین راههای سالم سازی مطبوعات است. بدین وسیله مطبوعات خواهند توانست وظایف اصلی خودشان را که آگاهی دهی و هشیار سازی مردم است، به انجام برسانند.

**فرقانی:** عذر می‌خواهم آقای دکتر، اجازه بدهید من یک توضیح بدهم. موضوع آگهیها که شما فرمودید کاملاً درست است که فرهنگ تملق و ریا و ظاهر سازی را رشد می‌دهد، ولی آیا این آگهیها خود یک وسیله ارتباطی، یک وسیله پیام رسانی نیستند؟ یعنی حاکی از این نیست که این فرهنگ در جامعه ما رشد پیدا کرده و این فرهنگ در جامعه ما وجود دارد؟ یک هشدار و زنگ خطر نمی‌تواند باشد؟ مسا نمی‌توانیم یک برداشت عبرت‌انگیز داشته باشیم؟

**معمد نژاد:** صحیح است. من فکر می‌کنم که آنقدر زنگ زده که دیگر گوشه‌پیمان را دارد کر می‌کند. زنگ خطر دیگر به آنجا رسیده که به ما لطمه می‌زند. این صفحات را باید اختصاص دهیم به تجزیه و تحلیل، تفسیر، تشریح و انتقاد از بسیاری عملکردها تا مردم دو باره به سر نوشت عمومی جامعه خودشان علاقه‌مند شوند. اگر این فضا را اختصاص بدهیم به گزارشهای خبری، علاقه مردم نسبت به روزنامه خیلی بیشتر خواهد شد. اگر ما بتوانیم به یک مطبوعات سالم دست پیدا کنیم، مطبوعاتی که راهنمای جامعه باشند (در دو جهت، راهنمای مسئولان مملکتی و راهنمای مخاطبان اصلی که مردم هستند) در این صورت از بسیاری اشتباهها جلوگیری خواهد شد. آنچه را که فعلاً به‌عنوان مشکلات مملکت و نابسامانیها مطرح می‌کنیم، اگر قبلاً در مطبوعات در باره‌اش هشدار داده شده بود، کسی این سوء استفاده‌های کنونی را نمی‌کرد و این ناراحتیها پدید نمی‌آمد. بنابراین ما باید نقش انتقادگر وسایل ارتباط جمعی خودمان را توسعه دهیم تا به تدریج زمینه بهتری برای رشد مطلوب این وسایل بخصوص مطبوعات به وجود آید.

**اسدی:** در تایید آقای دکتر پیشنهادم این است که روی چند مسئله اصلی باید توجه و بحث شود. یکی مسئله تأثیر پیام در رسانه‌ها است. این مسئله خیلی مهم است و می‌تواند

معتد نژاد:

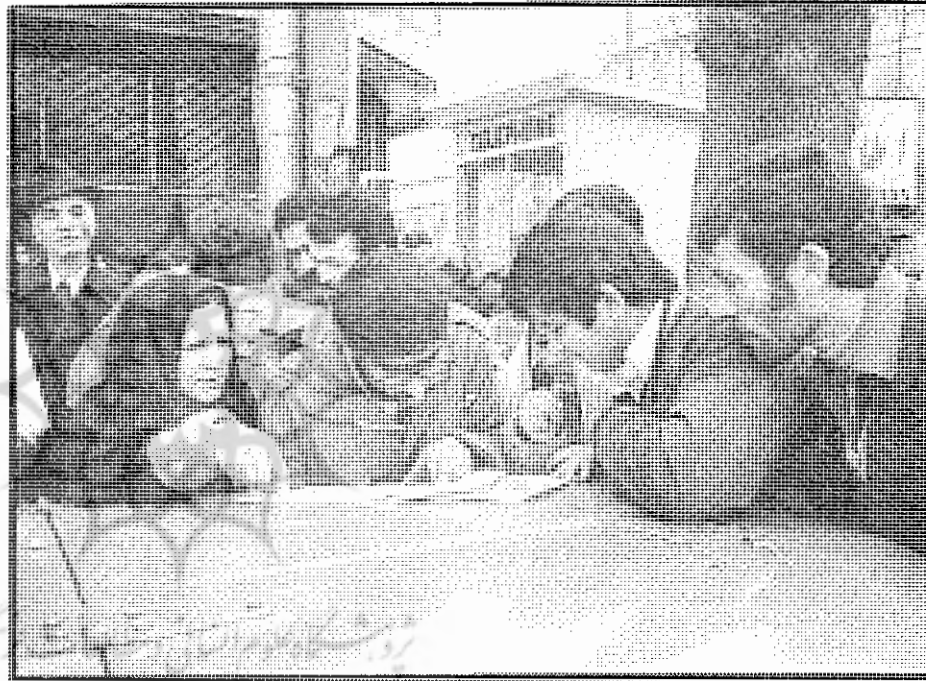
آگهیهای فراوان مطبوعات در صفحه‌های اول به داشتن یک فضای مساعد رشد وسایل ارتباط جمعی می‌زند. این آگهیها، ظاهر سازیها را توسعه می‌دهد و در نتیجه به یک نظام انقلابی مترقی که تمام دنیا متوجه آن است، لطمه می‌زند.

ارتباط را به ضد ارتباط تبدیل کند و به جای آنکه اثر مثبت بگذارد، اثر منفی بگذارد. این مفهوم اگر برای پیام سازان ما مطرح نشود، ما هرگز قادر نخواهیم بود ارتباط دوسویه برقرار سازیم. مسئله دیگر انتقاد است و نقشی که مطبوعات در پرورش روح انتقادی دارند. تاکنون انتقاد در جامعه ما مترادف با عیب‌گیری بوده است. باید روی این مسئله بحث شود تا ما بتوانیم تفکر انتقادی را وارد رسانه‌هایمان کنیم. مسئله سوم مسئله تاثیر پیام برگزیده است که بسیار پیچیده است. هنوز هم زوایای زیادی دارد که روشن نیست. مسایل دیگری هم مطرح است و به نظر من گره‌های ارتباطی ما در این مسایل است. من هیچ جا ندیدم که روی این مسایل اساسی بطور جدی بحث بشود. اگر این

بدیعی:

● به نظر من، این جزو وظایف وسایل ارتباط جمعی، بخصوص مطبوعات و رسانه‌های خبری است که کوشش کنند دنیایی خیالی برای ما نسازند.

جمعی ما بیشتر بر این پایه استوار است که در بسیاری موارد یک تصویر غیرواقعی ارائه بدهند. من فکر می‌کنم وظیفه مهم رسانه‌های خبری این است که مطالب را به صورت عینی بیان کنند. عوامل مخربی در این کار وجود دارند که اجازه نمی‌دهند ما دنیای خارج را با استفاده از نهادها و نشانه‌ها و عبارات، به صورت عینی گزارش دهیم. ولی بساید با این عوامل مخرب مقابله کرد. اعمال نفوذ از سوی افراد مختلف، سازمانهای مختلف و گروههای فشار بر گزارش واقعیت خدشه وارد می‌کند. باید با اینها مقابله کرد. مثلاً همین گزارش شرکتیهای مضاربه‌ای، به نظر می‌رسد کیهان کوشش در این دارد که تصویری واقعی از آنچه که هست، ارائه دهد. این تصویر را ما قبلاً نمی‌شناختیم، اکنون عوامل مخربی می‌خواهند آن را مخدوش کنند. هدف آنها این است که بگویند اینگونه که کیهان می‌گوید نیست، می‌خواهند این‌طور نشان بدهند که شرکت مضاربه‌ای سازمانی است که فعالیت اقتصادی- تولیدی دارد. باید این مسئله کمی باز شود که عوامل مخرب چه کسانی هستند و چگونه می‌شود تصویری واقعی ارائه داد؟ و آیا اصولاً ارائه چنین تصویری از دنیای خارج اصلاً به عهده وسایل ارتباط جمعی است یا اینکه هر کس باید خودش برود دنبالش؟ به نظر من این جزو وظایف وسایل ارتباط جمعی بخصوص مطبوعات و رسانه‌های خبری است که کوشش کنند دنیایی خیالی را بسازند. روزنامه به نظر من باید کوشش کند که آینه تمام نمای جامعه باشد. یعنی واقعیت را آن طور که هست، منعکس کند، نه آن‌طور که مسئولان می‌خواهند. عملکرد مطبوعات ما در گذشته چنین وضعیتی را داشته و در حال حاضر هم به نظر می‌رسد که باتوجه به بحثی که شد- باکم و بیش تفاوتهایی- در بین روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون، همان سیاست دارد دنبال می‌شود. اگر همان‌طور که آقای دکتر هم الان اشاره کردند، باب انتقاد باز بشود، مسایل جامعه به نقد و گفتگو کشیده شود، یعنی این وظیفه را قبول کنند و خطاها را منعکس کنند، در درازمدت می‌توان مسایل و مشکلات را حل کرد. یعنی مطبوعات می‌تواند به رسالت کلی خود عمل کند. ●



کار انجام بگیرد، فضای ارتباطی ما را تا حدی سالم می‌کند.

بدیعی: می‌خواستم در مورد وسایل ارتباط جمعی، بخصوص مطبوعات و رسانه‌های خبری اشاره‌ای بکنم. یکی از وظایفی که رسانه‌ها به عهده دارند این است که بتوانند واقعیت‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و غیره را به درستی به تصویر بکشند. یعنی آن تصویری که همه ما از دنیای خارج خودمان داریم، بیشتر حاصل آن چیز است که از طریق وسایل ارتباط جمعی به ما می‌رسد. ولی عوامل مخربی در این فرایند وجود دارند که این تصویر را مقداری مخدوش می‌کنند، به صورتی که آنچه را که فکر می‌کنیم در اطراف ما اتفاق می‌افتد، با واقعیت‌های موجود متفاوت است. این عوامل می‌توانند در این مورد نقش مهمی داشته باشند. به هر حال، هدف و کوشش این است که ما یک دنیای خیالی و تخیلی از واقعیت‌هایی که در اطرافمان می‌گذرد، بسازیم. به نظر می‌رسد کوشش وسایل ارتباط

معتد نژاد:

● در جریان انقلاب اسلامی، بهره‌برداری زیادی از ارتباطات سنتی شد، چون ارتباطات سنتی با مردم بودند. در حالی که وسایل ارتباط جمعی جدید وسایل ضد ارتباطی و وسایل تبلیغاتی بودند.

رقانی:

● امروز در واقع وسایل ارتباط جمعی، وسیله‌های هستند برای انتقال پیام‌هایی که خاص سیستم ارتباطات سنتی بوده‌اند.